

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM316	Reklamda Yaratıcılık	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Pazarlama ve pazarlama iletişimi ilişkilerini açıklamak. Pazarlamada yaratıcılık konusunu açıklamak. Yaratıcı fikir ve yaratıcı firmaların nasıl kalıcı markalar ortaya çıkarabildiklerini, örneklerle irdelemek. Yaratıcı beyin, yaratıcı düşünce, teknikler, kurallar üstünde durmak. Dijital devrimi vurgularken, yeni pazarlama iletişim tekniklerini anlatmak. Kitle iletişiminin yeni boyutlarını ortaya koymak, pazarlamanın 21. yüzyılda varabileceği noktaları tartışmak.
İçerik	Bu derste pazarlama, yaratıcılık, reklam, dijital iletişim ile ilgili kavramlar başarılı ve güncel kampanyalar üzerinden ele alınacaktır.

Kaynaklar	-David Ogilvy , Confession of an Advertising Man,2011 South bank publishing(1963'te yapılmış birinci baskının yazar tarafından revize edilmiş hali). -Marcel Bleustein -Blanchet , İkna Hırısı,Bir Fransız reklamcının anıları,çev: Cüneyt Akalın,Yorum Ajans yayınları,1995. -Jim Aitchison , Basın İlanı Böyle Yapılır , çev:Serkan Balak, Okuyan Us yayınları, 2006. -Pat Fallon,Fred Senn , Portakalı Sıkmak, çev: Ümit Şensoy,Optimist yayınları,2007. -Robert Heath , Bilişçiliğindeki Reklamlar , reklamlar bizi nasıl etkiler? Çev:Emrah Bilge, MediaCat kciitapları,2013. -How To Be More Creative , David Edwards,Occasional Productions,1996. -Claude Hopkins , Reklamcılık Yaşamım&Bilimsel Reklamcılık,Yapı Kredi yayınları,1996. -Alş Ries ,Jack Trout,Marketing Warfare,20.th anniversary edition,McGraw-Hill ,2006. -Gilles Lipovetsky, Le Bonheur Paradoxal, Gallimard,col:Folio essais,2006. -Thierry Maillet , Le Marketing et son histoire,ou le mythe de sisyphé réinventé,Pocket,2010. - Jean Marie Dru , La publicité autrement, Gallimard,le débat,2007. - Richard Susskind,Daniel Susskind,The future of the professions ,How technology will transform the work of human experts,Oxford University Press 2015. - Dominique Cardon,A quoi revent les algorithmes,Nos vies a l'heure des big data,Seuil ,République des idées,2015 - Philippe Jourdan,Valérie Jourdan,Jean-Claude Pacitto Le Marketing de la Grenouille, Nouvelle strategies de marques pour nouveaux consommateurs, Editions Kawa 2017. - Giles Lipovetsky, Plaire et Toucher, essai sur la société de seduction, Gallimard 2017. - Jean-Marie Dru, NEW,15 approches disruptives de l'innovation, Pearson, 2016. - Walter Benjamin, Sur le concept de l'histoire, Petite Bibliotheque de Payot,2013. - Karl Jaspers , La Culpabilité Allemande , Les Editions de Minuit, col:arguments,1990. - Max Horkheimer – Theodor W.Adorno , La Dialectique de la Raison , fragments philosophiques,ilk baskı 1944 NewYork,1974 pour la traduction Française,Gallimard,1974. - Benjamin,Barthes ve Fotoğrafın Tekillliği,Kathrin Yacavone,çev: Simber Atay ve Melih Tumen,Hayalperest Yayınları 2015. - İletişim Bilimlerinin Serüveni,Michel Bourse , Halime Yücel, Ayrıntı yayınları, Schola Ayrıntı dizisi,2012. - Richard Appignanesi, Chris Garratt, Post-Modernism İcon Books Limited, 2013 - Métamorphoses du Marketing, Catherine Dedieu, Christine Removille, Economica ,2012. - Marketing 4.0 , le passage au digital,Philip Kotler,De Boeck Supérieur,2017. - Yeni reklamcılık,Atilla Aksoy, İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları,2005.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Toplumsal değişim , tüketim , yaşam tarzı , hız ve zaman..
2	Günümüz pazarlama ve reklam dünyasını kavramaya yönelik temel felsefi kavramlar : arzu / mutluluk / ahlak / dil / sanat / çalışma / etik ...

Hafta	Konu Başlıkları
3	Prometeus'tan Dionisos'a.. Sanayi devrimi / Tüketim ve iletişim devrimi / 3. Sanayi devrimi ve dijital dönüşüm / Bir aykırı : Walter Benjamin..
4	Klasik pazarlama ve reklam teorileri: 1900'ler ve Viyana ekolü / Savaş için üretim planlayan mühendislerin tüketim planlamasına başlaması /Marketing kürsülerinin oluşumu ve tüketim toplumu teorisyenliği / Yeni Dünya, yeni medyalar, yeni tüketici..
5	Pazarlama tarihi , tüketim tarihi, tasarım tarihi..3 önemli sektör : Sabun , temizlik / İlaç / Otomotiv.. Markaların doğuşu , kurucular , anekdotlar , yaratıcılık..
6	Yeni pazarlama ve reklam teorileri : Pazarlama metamorfozları / Gelişmiş Batı toplumu tüketim modeli kriz ve çözüm arayışları / Yeni tüketici kategorileri ..
7	VİZE
8	Yaratıcı düşünce : Kişisel yaratıcılık / Pazarlama ve reklamda yaratıcılık / Ustalar / Teknikler / Eskimeyen işler..
9	Reklam ve zihnimiz: Reklam nasıl etkili olur ? / Beyin nasıl algılar / İddialar , beklentiler , gerçekleşenler..
10	Dijital dünya : Algoritmaların hayali nedir? / Dijital alemde yaratıcı olmak / Büyük data / Tıklar ne işe yarar?
11	Bir ajans neler anlatacak?
12	Başarılı kampanya örnekleri ve yaratıcılık
13	Reklam etkinliğinin ölçülmesi
14	Sözlü sunum teknikleri